

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Permintaan adalah banyaknya jumlah barang atau jasa yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga, pendapatan, dan dalam periode tertentu. Telur ayam merupakan salah satu sumber protein hewani yang paling banyak disukai karena ketersediaannya banyak, harganya murah, rasanya lezat, kandungan proteinnya tinggi dan kandungan gizinya lengkap.

Banyak faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga barang itu sendiri, diantaranya adalah selera dan persepsi konsumen, banyaknya konsumen di pasar, pendapatan, harga barang lain yang berhubungan dengan barang tersebut, prakiraan akan harga-harga dan pendapatan dimasa depan.

Rata-rata tingkat konsumsi telur per kapital tahun 2015 dan 2016, telur ayam ras sebesar 97.398 butir meningkat menjadi 99.798 butir, telur ayam kampung sebesar 3.754 butir menurun menjadi 3.546 butir, telur itik atau itik namila sebesar 2.138 butir turun jadi 1.981 butir dan telur puyuh sebesar 6.674 butir naik jadi 7.769 butir (BPS, 2016 Susenas Maret 2016).

Besarnya tingkat konsumsi telur di Indonesia menunjukkan peluang bagi produsen untuk membuat dan memproduksi telur sesuai dengan kebutuhan konsumen. Peluang tersebut tidak hanya terbatas pada peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga berupa diversifikasi produk telur ayam curah menjadi produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen, seperti telur bermerek.

Telur bermerek yang beredar dipasaran banyak jenisnya, diantaranya telur Omega 3 vegetarian, telur Rendah kolestrol, telur Prima omega 3+vitamin A dan

telur Vegetarian. Sampai saat ini telur bermerek dan manfaatnya hanya dikenal oleh kalangan tertentu saja. Selain dikenal harganya yang cukup mahal, konsumen beranggapan tidak ada bedanya dengan telur curah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

- 1 Bagaimana persepsi konsumen rumah tangga terhadap telur ayam bermerek?
- 2 Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap permintaan telur ayam bermerek?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

- 1 Mendeskripsikan persepsi konsumen rumah tangga terhadap telur ayam bermerek.
- 2 Menganalisis faktor persepsi konsumen yang mempengaruhi permintaan telur bermerek.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

- 1 Sebagai bahan masukan dan informasi bagi produsen dan para penentu kebijakan pemasaran telur ayam.
- 2 Sebagai informasi untuk memenuhi dan melayani kebutuhan dan keinginan masyarakat konsumen dalam mendapatkan telur yang berkualitas yang sesuai dengan presepsinya.

3 Sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut

#### **1.4 Batasan Istilah dan Pengukuran Variabel**

- 1 Telur merupakan salah satu jenis makanan favorit yang berasal dari hewani dan paling sering dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Telur juga sebagai sumber protein yang mudah dicerna oleh tubuh dengan harga relatif murah dan sangat mudah dijumpai. Telur banyak dikonsumsi sebagai lauk-pauk, bahan campuran masakan dan minuman.
- 2 Telur ayam curah adalah telur ayam yang biasa kita temukan di pasar swalayan, tradisional dan hampir seluruh pasar di Indonesia, dapat dibeli dengan cara kiloan maupun bijian.
- 3 Telur ayam bermerek, memiliki sedikit perbedaan dari segi pakan dan kemasan dengan telur ayam curah. Telur ayam bermerek hanya bisa dijumpai dipasar-pasar tertentu.
- 4 Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli pada tingkat harga serta dalam jangka waktu tertentu.
- 5 Persepsi konsumen adalah pandangan terhadap pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan.